

УДК 811.111'373.72

Ю. В. Ковалюк,

кандидат філологічних наук, асистент
(Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича)
yuriy_kovalyuk@yahoo.de

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОМПОНЕНТОМ *VEGETABLE* В НАЦІОНАЛЬНИХ КАРТИНАХ СВІТУ

*У статті визначено основні відмінності національних картин світу – англійської та української – на прикладі аналізу фразеологізмів із компонентом *vegetable* (овоч) у лексикографічних джерелах. Автор застосовує два рівні аналізу зазначених фразеологізмів: співвіднесення фразеологічної семантики з кодами культури та визначення ролі фразеологізму у відповідній картині світу. Згідно з результатами дослідження, англійська та українська картини світу суттєво різняться за трьома критеріями: в обох мовах, здебільшого, фразеологізуються різні компоненти-овочі; зазначені компоненти в обох мовах кодують різні поняття та смисли; рослинний код в англійській та українській мовах відзначається відмінним культурно специфічним змістом.*

Ключові слова : фразеологізм, картина світу, код культури, компонент, рослинний код, семантика.

Постановка проблеми. Як смисловий каркас мовна картина світу – це відображення всього оточуючого в мовному досвіді народу у вигляді системи номінацій, організованої сукупності мовних понять, які за допомогою лексем виражають у мовній системі всюди наявні взаємозв'язки та відношення між елементами дійсності, і на цій основі – між мовними поняттями [1: 38].

Основою фразеологічного семіозису фразеологічної картини світу є метонімічне й метафоричне переосмислення [2: 5].

Мета статті – здійснити зіставний аналіз семантики фразеологізмів із компонентом *vegetable* в англійській і українській мовах.

Аналіз досліджень і публікацій. Фразеологізми виникають не стільки для того, щоб описати світ, скільки для того, щоб його інтерпретувати, оцінювати й виражати до нього суб'єктивне ставлення [3: 5]. Інтерпретаційний підхід у дослідженні фразеологічного складу мови дозволив визначити типи когнітивних процедур, які здійснюються в номінативній діяльності (при формуванні фразеологізмів) і відтворюються в мовленнєво-розумовій діяльності носіїв мови. Фразеологічні одиниці сприймаються крізь призму базового культурного знання людини, ґрунтованого на архетипових формах усвідомлення й моделювання світу. Сюди входять найдавніші міфологічні й міфопоетичні уявлення, соціокультурні прескрипції й установки культури (ритуал, етикет та ін.). Другим рівнем культурної інтерпретації фразеологізму є сприйняття образу фразеологічної одиниці, тобто його співвіднесення з кодами культури, джерелами (людина, речі, природа), які стали предметами переосмислення в культурі й утворили систему кодів (антропний код, соматичний, зооморфний, колірний та ін.). Третій рівень культурної інтерпретації фразеологізму пов'язаний із визначенням ролі, яку набуває мовний знак при сприйнятті й описі світу; це може бути роль символу, еталону, стереотипу [4].

Компонент фразеологізму як його окрема структурна та семантична складова завжди перебував у фокусі дослідження лінгвістів. Про це свідчать численні праці, об'єкт аналізу яких становили антропоніми, топоніми, зооніми, соматизми, фітоніми тощо. Незважаючи на це, компонент на позначення овоча в складі фразеологізму є лакунарним у даному відношенні і потребує більш детального аналізу.

Як було зазначено вище, в лінгвокультурології загалом і в фразеології зокрема існують три рівні аналізу. В даному дослідженні особливої ваги набуває другий рівень аналізу фразеологізму, який пов'язаний із кодами культури певного народу. Як відомо, культурний код – це відповідна національна етнокультурна інформація, що кодується у формі, здатній ідентифікувати культуру, через сукупність вторинних знаків і символів, наділених такими смислами (та їх комбінаціями), які можуть проявлятися в предметах матеріальної і духовної діяльності людини на рівні семіотичного простору [5: 63]. Коди культури виявляються в процесах категоризації світу. Культурний код зберігає релевантну культурну інформацію, яку фразеологізм покликаний передати в комунікації. Загальноприйнятої класифікації культурних кодів не існує, однак вчені-лінгвокультурологи традиційно виділяють такі типи культурних кодів: природний, рослинний (вегетативний, фітоморфний), зооморфний, (анімальний, теріоморфний), перцептивний, соматичний, антропоморфний, предметний, харчовий, метеорологічний, хімічний тощо [6].

Виклад основного матеріалу. В світлі даного дослідження важливої ролі набувають рослинний і харчовий культурні коди або їх поєднання. Відповідно, вважаємо, що фразеологізми з компонентом *vegetable* категоризують рослинний і харчовий культурні коди. Це підтверджує аналіз словникової дефініції лексеми: a plant or a part of a plant that is eaten as food [7]. Семантична структура даної лексеми містить семи "рослина" та "їжа". Як наслідок, компонент *vegetable* у складі виразу фразеологізує (кодує) певне поняття або характеристику об'єкта чи людини, уподібнюючи їх до певного овоча або його окремих ознак.

Розглянемо фразеологізацію компонента *vegetable* в англійській мові на прикладі Oxford Dictionary of Idioms [8]. За даними енциклопедії Britannica, лексико-семантичне поле VEGETABLE містить 45 найменувань [9]. У ході аналізу вищезгаданого лексикографічного джерела виявлено такі фразеологізовані компоненти *vegetable*: *turnip, mustard, ginger, bamboo, potato, beans, carrot, onion, cucumber, corn, pea*.

З іншого боку, фразеологізація компонента *vegetable* в українській мові вивчалася на основі Фразеологічного словника української мови [10]. Аналіз дав змогу підтвердити фразеологізацію таких репрезентантів лексико-семантичного поля VEGETABLE: *горох, редька, зерно, перець, капуста, морква, біб, гарбуз, мак, часник, гречка*.

Як бачимо, сходження простежуються в таких парах: *turnip – редька, beans – боби, carrot – морква, corn – зерно, pea – горох*. Порівняємо семантичні характеристики даних компонентів у складі фразеологізмів. Незважаючи на поширеність концепції семантичної цілісності фразеологізму (О. В. Кунін, В. Д. Ужченко та ін.), згідно якої значення фразеологізму неможливо вивести зі значень його окремих конститuentів, існують праці [11], в яких доведено семантичний зв'язок лексичного прототипу та фразеологічного компонента. Відтак, продемонструємо положення цього підходу на прикладі деяких англійських і українських фразеологізмів. Розглянемо фразеологізми з компонентом-фітоморфізмом *beans* (боби). В англійській мові виявлено фразеологізми *spill the beans* "reveal secret information, especially unintentionally or indiscreetly" [8], *full of beans* "lively; in high spirits" [8], *give someone beans* "scold or deal severely with a person" [8], *a hill (or row) of beans* "something of little importance or value" [8], *know how many beans make five* "be intelligent; have your wits about you" [8]. Як бачимо, смисли, кодифіковані у вищезазначених фразеологізмах, суттєво різняться. Зокрема, фразеологізований компонент *beans* характеризується в даних фразеологізмах семами "таємниця", "бадьорий настрій", "прочуханка", "дрібниця" і "розум", відповідно. В українській мові виявлено фразеологізми *розводити боби* "вести пусту розмову" [10] і *на бобах* "ні з чим" [10]. У смисловому відношенні, компонент "боби" в поданих фразеологізмах семантично наближений до свого англійського відповідника у фразеологізмі *a hill (or row) of beans*. Однак в інших випадках сходжень в семантичному плані не виявлено. Більше того, кожен із зазначених англійських фразеологізмів по-різному передає рослинно-харчовий культурний код. Це, очевидно, зумовлено питанням семіозису даних фразеологізмів. Якщо у фразеологізмах *a hill (or row) of beans* і *на бобах* фразеотворення відбувається на предметно-просторовому та утилітарному рівнях, тобто беруться до уваги їх фізичні (боби незначні за розмірами) та харчові (боби мають низьку харчову цінність, якщо їх споживати без поєднання з іншими продуктами) характеристики, то у фразеологізмах типу *spill the beans* задіяне асоціативно-креативне мислення народу. Відповідно, певна дескриптивна ситуація у мовленні повинна пройти стадії ідіоматизації та узуалізації, після чого породжується фразеологізм і низка пов'язаних із ним культурно зумовлених метафор і асоціативних механізмів, наприклад: *вискочити як козак з маку* "недоречно, невчасно щось сказати" [10] і *couch potato* "someone who watches a lot of television, eats junk food, and takes little or no physical exercise" [8]. В українському фразеологізмі вжито компонент-фітонім *мак*, який є символом безконечності і незчисленності зоряного світу, Всесвіту, і, водночас, сну і забуття в українській культурі. Напротивагу, компонент *potato* у фразеологізмі *couch potato* кодує вихідне поняття *tuber* (телеман). Ідіоматизація відбулася, коли активіст із Каліфорнії Том Ячіно, який виступав за підтримку здорового способу життя, в ході телефонної розмови замінив компонент *tuber* на *potato*.

Розходження зафіксовано і з точки зору мовних трансформацій. За даними АУФС, зареєстровано 12 фразеологізмів із компонентом-фітоморфізмом (*cucumber, beet, pea, bean, pumpkin, corn*). В жодному випадку не виявлено передачі повного еквівалента, наприклад: *cool as cucumber* "спокійний, холонокровний, байдужий" [8]. В інших випадках рослинний код замінено тваринним, як у фразеологізмі *red as a beet* "червоний, як рак; червоний, багряний" [12], або природним, наприклад: *as like as two peas in the pod* "схожі, як дві краплі води" [12]. Можлива також передача рослинного коду поняттєвим, наприклад: *acknowledge the corn* "визнати вірність своїх тверджень; визнати помилку, невдачу, вину" [12] або *feed smb on soft corn* "говорити компліменти, лестити" [12].

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Варто зазначити, що кодування глибинних смислів за допомогою рослинного (фітоморфного) коду в англійській фразеології та українській фразеології суттєво різняться, що проілюстровано в цьому дослідженні. По-перше, інвентар фразеологізованих компонентів-фітоморфізмів в англійській мові виявляє суттєві відмінності порівняно з українською мовою (сходження зареєстровано в 5 випадках). По-друге, компонент-фітоморфізм може кодувати різні поняття та смисли, що, імовірно, зумовлено особливостями творення фразеологізмів, що підтвердив аналіз англійських фразеологізмів. По-третє, у світлі мовних трансформацій, доведено, що рослинний код у різних мовах наповнений унікальним культурно специфічним змістом, який, як демонструють результати дослідження, може взагалі не збігатися.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Апроксимативні методи вивчення лексичного складу / [Левицький В. В., Огуй О. Д., Кійко Ю. С., Кійко С. В.]. – Чернівці : Рута, 2000. – 136 с.
2. Денисенко С. Н. Відображення фразеологічної картини світу в семантиці фразеологізмів / С. Н. Денисенко // Актуальні питання фразеології : [зб. наук. праць]. – Київ : Київський національний університет імені Т. Г. Шевченка, 2011. – Вип. 2. – С. 5–11.
3. Маслова В. А. Homo lingualis в культурі : [монографія] / В. А. Маслова. – М. : Гнозис, 2007. – 320 с.
4. Телия В. Н. Фактор культуры и воспроизводимость фразеологизмов / В. Н. Телия // Сокровенные смыслы : Слово. Текст. Культура : [сб. статей в честь Н. Д. Арутюновой / отв. ред. Ю. Д. Апресян]. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – С. 674–684.
5. Савченко Л. В. Феномен етнокодів духовної культури у фразеології української мови : етимологічний та етнолінгвістичний аспекти : [монографія] / Л. В. Савченко. – Сімферополь : Доля, 2013. – 600 с.
6. Пименова М. В. Типы концептов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kuzspa.ru/diss/conf_27_28/5_pimenova.doc.
7. Longman Dictionary of Contemporary English – London : Pearson Longman, 2009. – 2082 p.
8. Oxford Dictionary of Idioms / [ed. by J. Siefring]. – Oxford : OUP, 2005. – 340 p.
9. Encyclopedia Britannica [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.britannica.com/>.
10. Фразеологічний словник української мови : близько 2500 виразів / В. Д. Ужченко, Д. В. Ужченко. – К. : Освіта, 1998. – 224 с.
11. Chang N. Understanding idioms [Електронний ресурс] / N. Chang, I. Fisher. – Режим доступу : <http://www1.icsi.berkeley.edu/~nchang/pubs/ChangFischer00.doc>.
12. Англо-український фразеологічний словник. Близько 30 000 словосполучень / К. Т. Баранцев (уклад.). – К. : Знання, 2005. – [2-ге вид., випр.]. – 1056 с.
13. Cambridge Idioms Dictionary / [ed. by E. Walter]. – Cambridge : CUP, 2006. – 505 p.
14. Oxford Idioms Dictionary for Learners of English. – Oxford : OUP, 2006. – 470 p.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Aproksymatyvni metody vyvchennia leksychnogo skladu [Approximative Methods of the Lexical Composition Analysis] / [V. V. Levyskyi, Ogu O. D., Kiyko Yu. S., Kiyko S. V.]. – Chernivtsi : Ruta, 2000. – 136 s.
2. Denysenko S. N. Vidobrazhennia frazeologichnoyi kartyny svitu v semantytsi frazeologizmv [The Representation of the Phraseological Worldview in Semantics of Phraseological Units] / S. N. Denysenko // Aktualni pytannia frazeologii [Current Phraseological Issues] : [zb. nauk. prats']. – Kyiv: Kyivskyi natsionalnyi universytet imeni T. G. Shevchenka, 2011. – Vyp. 2. – S. 5–11.
3. Maslova V. A. Homo lingualis v kulture [Homo lingualis in Culture] : [monografiya] / V. A. Maslova. – M. : Gnozis, 2007. – 320 s.
4. Teliya V. N. Faktor kultury i vosproizvodimost frazeologismov [Cultural Factor and Reproduction of Phraseological Units] / V. N. Teliya // Sokrovennye smysly : Slovo. Tekst. Kultura [Innermost Senses : a Word. A Text. Culture] : [sb. statey v chest' N. D. Arutiunovoy] / [otv. red. Yu. D. Apresian]. – M. : Yazyki slavianskoy kultury, 2004. – S. 674–684.
5. Savchenko L. V. Fenomen etnokodiv dukhovnoyi kultury u frazeologiyi ukraïnskoyi movy : etymologichnyy ta etnolingvistichnyy aspekty [The Phenomenon of Ethnic Codes of the Spiritual Culture in the Ukrainian Phraseology : Etymological and Ethnolinguistic Aspects] : [monografiya] / L. V. Savchenko. – Simferopol : Dolia, 2013. – 600 s.
6. Pimenova M. V. Tipy kontseptov [Types of Concepts] [Elektronyy resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.kuzspa.ru/diss/conf_27_28/5_pimenova.doc.
7. Longman Dictionary of Contemporary English. – London : Pearson Longman, 2009. – 2082 p.
8. Oxford Dictionary of Idioms / [ed. by J. Siefring]. – Oxford : OUP, 2005. – 340 p.
9. Encyclopedia Britannica [Elektronyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.britannica.com/>.
10. Frazeologichnyy slovnyk ukraïnskoyi movy [Phraseological Dictionary of Ukrainian] / V. D. Uzhchenko, D. V. Uzhchenko. – K. : Osvita, 1998. – 224 s.
11. Chang N. Understanding idioms [Elektronyy resurs] / N. Chang, I. Fisher. – Rezhym dostupu : <http://www1.icsi.berkeley.edu/~nchang/pubs/ChangFischer00.doc>.
12. Anglo-ukraïnskyi frazeologichnyy slovnyk [English-Ukrainian Phraseological Dictionary] / [K. T. Barantsev (uklad.)]. – K. : Znannia, 2005. – 1056 s.
13. Cambridge Idioms Dictionary / [ed. by E. Walter]. – Cambridge : CUP, 2006. – 505 p.
14. Oxford Idioms Dictionary for Learners of English. – Oxford : OUP, 2006. – 470 p.

Матеріал надійшов до редакції 18.02. 2014 р.

Ковалюк Ю. В. Фразеологизмы с компонентом *vegetable* в национальных картинах мира.

*В статье выделены основные отличия национальных картин мира – английской и украинской – на примере анализа фразеологизмов с компонентом *vegetable* (овощ) в лексикографических источниках. Автор использует два уровня анализа указанных фразеологизмов: соотношение фразеологической семантики с кодами культуры и определение роли фразеологизма в соответственной картине мира. Согласно с результатами исследования, англоязычная и украиноязычная картины мира отличаются за*

тремя критериями: в обоих языках, в большинстве фразеологизируются разные компоненты-овощи; соответственные компоненты в обоих языках кодируют разные понятия и смыслы; растительный код в английском и украинском языках отмечается разным культурно специфическим содержанием.

Ключевые слова: *фразеологизм, картина мира, код культуры, компонент, растительный код, семантика.*

Kovalyuk Yu. V. Phraseological Units with Vegetable Components in the World Views.

The article defines main differences between national world views – Ukrainian and English – in terms of the analysis of phraseological units with the vegetable component in the lexicographic sources. The author employs two levels of analysis of phraseological units under study: correlation of phraseological semantics with cultural codes and determining the role of phraseological units in the corresponding world view. According to the research results, both English and Ukrainian world views differ significantly in three aspects: there is the substantial variation of vegetable components in the structure of phraseological units in both languages; components under study encode distinctive concepts and senses; vegetable code has the individual culturally specific meaning in English and Ukrainian.

Key words: *phraseological unit, world view, cultural code, component, vegetable code, semantics.*